

Auf dem Weg zu einer globalen Medienpolitik

Anfragen und Erwartungen an die Weltkirche

von Erhard Busek

EINLEITUNG

Ich werde meine Anfragen und Überlegungen aus allgemeiner Sicht vortragen; als Politiker, vor allem aber als Zeitgenosse, dem die Kirche über ihre medialen Aussagen begegnet; und ein wenig auch als Christ, der die Kirche einerseits von innen kennt und andererseits ihr mediales Erscheinungsbild wahrnehmen muß. Sie wissen ja selbst am besten, daß es da manchmal Diskrepanzen gibt – Diskrepanzen, die nicht an den bösen Medien allein liegen können, sondern vor allem an der Selbstdarstellung der Kirche. Sie kennen dieses Problem besser und differenzierter als ich; ich brauche Ihnen da nichts zu erzählen. Es wird Sie auch nicht trösten, wenn ich Ihnen versichere, daß auch Parteien dieses Problem aus leidvoller Erfahrung kennen, vor allem auch die Partei, der ich angehöre.

„MESSAGE“ DER KIRCHE

Nun, wenn ich als Zeitgenosse und Medienkonsument Anfragen und Erwartungen an die Kirche formulieren soll, möchte ich ganz lapidar vorgehen. Was sich ein Mensch von der Kirche erwarten darf, ist zum Beispiel im Taufritus formuliert: Der Taufwerber erwartet sich von der Kirche den Glauben, die Vergebung der Sünden, die Erneuerung des Lebens durch den Geist, der lebendig macht und das Antlitz der Erde erneuert; und er darf erwarten, daß die Kirche die frohe Botschaft von der Erlösung, von der Versöhnung und von der Nächstenliebe verkündet.

Wir wissen als Christen, daß vieles von dem, dessen wir uns rühmen, in den Augen der Welt als Torheit gilt; aber andererseits wissen wir auch, daß die Botschaft der Kirche, wie ich sie zusammengefaßt habe, sehr wohl eine „message“ sein könnte, die in einer unglücklichen, erstarrten, lieblosen und erlösungsbedürftigen Welt durchaus große Chancen hätte, gut und gern angenommen zu werden. Wir sehen ja, daß viele Seiten unserer Zeitungen, viele Stunden im Radio und Fernsehen, tausende kleine Bücher und Filme nur das Ziel haben, die Menschen seelisch zu entlasten und ein kleines Heilsversprechen zu geben – und das wird gerne angenommen, ohne sich zu erfüllen.

Nun, ich glaube also, die Kirche hätte durchaus eine „message“, die nicht ungern akzeptiert würde.

Dr. Erhard Busek ist österreichischer Bundesminister für Wissenschaft und Forschung und Bundesvorsitzender der ÖVP.

„MEDIUM KIRCHE“

Und wie steht es mit dem „medium“ für diese „message“? Erlauben Sie mir dazu eine ebenso lapidare und einfache Überlegung wie vorhin:

Ich wage die Behauptung, daß man die Kirche selbst als das größte Medium der Weltgeschichte ansehen kann. Die Kirche nennt sich sogar selbst so: sie ist die Mittlerin, das Medium der Botschaft, das Medium des Heils und der Gnadengaben. Aber ich meine es nicht so theologisch, sondern nur kommunikations- und medientechnisch. Zunächst einmal: die Kirche ist EKKLESIA, öffentliche Zusammenkunft der zusammengerufenen Gemeinde. Das Christentum ist keine Mysterienreligion, es kennt keinen Geheimritus, keine Arcan-Disziplin und keine Eingeweihten; seine Schriften sind nicht nur öffentlich, sie sollen sogar bis an alle Enden der Erde verkündet und verbreitet werden; und so ist auch die Bibel das auflagenstärkste und am weitesten verbreitete Buch der Welt. Die ganze Gemeinde wird wöchentlich zusammengerufen, und der Gottesdienst besteht nicht nur in einer Huldigung an den Gott, wie es bei den antiken Göttern üblich war, sondern es wird vorgelesen, es wird gepredigt, und es wird sogar auch zugehört. Und diese Botschaft und diese Lehre wird, alles in allem genommen, auch ziemlich einheitlich verkündet und durch die Jahrhunderte weitergegeben – und zudem mit dem Anspruch der Verbindlichkeit vorgetragen.

Wenn Sie mit mir einverstanden sind, daß auch dieser Kongreß hier im Grunde ein Kommunikationsmedium ist, so wie man auch eine Schulstunde, ein wissenschaftliches Seminar oder eine Demonstration als Kommunikationsmedien bezeichnen könnte, dann werden Sie vielleicht meine Behauptung verstehen, daß die Kirche von Anfang an eines der größten und revolutionärsten Medien der Geschichte war und bis heute ist. Bedenken Sie nur die Wirkung, die z. B. das wöchentliche Friedensgebet in Leipzig hatte, aus dem dann die wöchentliche Montagsdemonstration geworden ist.

Aber auch wenn wir nicht solch außerordentliche und aufsehererregende Dinge im Auge haben, sondern nur das Alltägliche und Gewöhnliche, so ist auch hier die Kirche noch immer ein großartiges Medium, auf das z. B. ein Politiker nur mit Neid blicken kann: regelmäßig jede Woche einmal in jedem kleinen Ort eine Versammlung, zu der zumindest ein Zehntel oder ein Fünftel aller Mitglieder und Interessenten kommen, ohne daß man sie extra schriftlich einladen müßte, und ohne daß man einen prominenten Versammlungsredner aufbieten müßte – von solchen optimalen Gegebenheiten kann eine Gewerkschaft oder eine politische Partei nur träumen. Sie müßten ungleich mehr an Mitteln einsetzen und weitaus kostspieligere Kommunikationsstrategien anwenden, um die Menschen anzusprechen.

So lapidar und gewollt einfach gesehen, wie ich es jetzt versuchte, ergibt sich als Schlußfolgerung: der Kirche fehlt es weder an einer aufmerksamkeitsregenden „message“, noch fehlt es ihr an dem „medium“, diese „message“ zu kommunizieren. Wir alle wissen, daß dem in Wirklichkeit nicht so ist. Im Gegenteil. Die Kirche hat große Schwierigkeiten, ihre Botschaft zu vermitteln, und leidet darunter, als Medium unwirksam zu werden. Daran leiden nicht nur Sie in

ihrem spezifischen Berufsfeld, daran leiden auch viele Christen. Und wir dürfen nicht vergessen: auch alle anderen Menschen sind die objektiv Leidtragenden, da ihnen ja eine Botschaft, die allen zukommt, vorenthalten wird; weil eine Stimme, die die Welt, so wie sie ist, kritisch in Frage stellen und damit befreiend wirken sollte, nicht an ihr Ohr dringt; und weil ein Heilsversprechen, das sich an alle wendet, nicht übermittelt wird.

Ich bin nicht berufen, die Ursachen dieser Diskrepanz zwischen Sein und Sollen oder zwischen gegebenen Chancen und geringer Chancenauswertung zu klären. Das wissen Sie aus Ihrer beruflichen Erfahrung und Reflexion viel besser. Ich kann Ihnen nur ein paar Mutmaßungen und Beobachtungen aus meiner Sicht anbieten, die Sie unter Umständen zu weiterer Nachdenklichkeit anregen könnten.

„THE MEDIUM IS THE MESSAGE“

Ich habe vorhin, als kommunikationstheoretischer Laie, ein wenig mit der allseits bekannten Formel von Marshall McLuhan jongliert: „the medium is the message“; eine Formel, die von vielen mit einigem Recht in Zweifel gezogen wird. Wenn ich dennoch kurz auf dieser Ebene bleiben darf, so möchte ich bezogen auf unseren Themenkreis sagen, daß der lapidare Satz von McLuhan keine Tautologie zum Ausdruck bringt, sondern nur in einer Richtung eine Identität anzeigt: Es ist nicht die Botschaft, die sich das Medium anverwandelt und es mit sich selbst identisch macht. Das Medium transportiert nicht mehr eine Botschaft, sondern wird selbst als die Botschaft aufgenommen. Das Medium verdeckt also die Botschaft, es transportiert nur mehr sich selbst. Wenn ich also von der „message“ und dem „medium“ der Kirche gesprochen habe, heißt das: Die Kirche (oder die Christenheit) repräsentiert sich nicht als adäquates Erscheinungsbild und Vermittlerin der ihr aufgetragenen Botschaft, sondern es ist umgekehrt: das Erscheinungsbild der Kirche verdrängt oft die Botschaft und wird selbst zu der einzigen „message“, die den Empfänger erreicht. Auch wenn Marshall McLuhans Hypothese theoretisch viel zu simpel erscheint, so kann man daraus einen wichtigen praktischen Hinweis gewinnen: Wenn man etwas zu sagen hat und den potentiellen Adressaten den Inhalt mitteilen will, dann soll man sich selbst ein wenig zurücknehmen und unauffällig verhalten. (Ich hoffe ja auch, daß Ihnen von meinem Auftritt hier nicht meine Krawatte oder meine Brille in Erinnerung bleiben, sondern ein bißchen von dem, was ich meine und mitzuteilen versuche.) Ich weiß auch, daß die heutige Medienentwicklung dahin tendiert, das Medium selbst vom bloßen Träger zum eigentlichen Inhalt seiner selbst zu machen, so daß es also nicht „Medium“, Mittel und Instrument für etwas anderes ist, sondern sich nur noch selbst vermittelt und zu seiner eigenen Funktion wird. Stundenlange Radiosendungen und Fernsehshows vermitteln keine andere Welt mehr als die eigene des Mediums selbst. Ich weiß auch, daß das nicht bloß so „passiert“, sondern bewußt zum Kriterium höchster Professionalität geworden ist. Dagegen ist auch in keiner Weise zu polemisieren, weil damit ja auch ein Anspruch von Kunst gesetzt wird.

Aber die Kirche kann sich nicht selbst zu ihrer Botschaft machen, sondern sollte sich als Mittlerin und Dienerin einer ihr übertragenen Botschaft verstehen.

Das gilt übrigens auch für gesellschaftliche und politische Institutionen, die dann die Menschen nicht mehr erreichen, wenn sie nur noch sich selbst vermitteln und nichts mehr von dem, was für irgendetwas gut und brauchbar ist. Das wäre also eine Anfrage oder Erwartungshaltung gegenüber der Kirche, auch an die kircheneigenen oder zumindest kirchenbezogenen Medien: Wovon geben sie denn Botschaft? Geben sie Botschaft von dem, was man sich von der Kirche eigentlich erwartet, erwarten darf? Von dem, was man hoffen darf und hoffen soll? Ich lasse es in Frageform stehen.

MODELL SENDER – EMPFÄNGER

Eine weitere Beobachtung, die nun auch das Verhältnis der Kirche zu einer demokratischen Öffentlichkeit betrifft:

Das gängigste Kommunikationsmodell, das sich in den Köpfen von mehr als 99 % aller Menschen eingenistet hat, ist das simple Modell von Sender und Empfänger: Einer sendet, und der Adressat empfängt das Gesendete, und das ist dann Kommunikation. Diese Vorstellung von Kommunikation hat der Universitätsprofessor gegenüber seinen Studenten, der Lehrer gegenüber den Schülern, die Mutter gegenüber den Kindern, der Journalist gegenüber seinen Lesern, der Werbechef gegenüber den potentiellen Käufern, der Parteifunktionär gegenüber den Wählern und ich gegenüber Ihnen, meinen Zuhörern. Ich sage etwas, und nehme damit an, daß Sie meine Botschaft im Maßstab von 1:1 empfangen. Wunderbar. Wenn Sie nicht gerade eingenickt sind oder bewußt weghören, verstehen wir uns hundertprozentig. Das ist das Modell.

VERSTEHEN

Leider ist es in Wirklichkeit nicht so, sondern viel komplizierter. Aber auch wenn wir erkennen, daß dieses simple Kommunikationsmodell völlig unzulänglich ist, so müssen wir auf der anderen Seite wieder einsehen, daß es im praktischen Leben ebenso völlig unumgänglich ist. Denn wir müssen so tun, als ob das Gesagte auch so gehört wird, wie wir es gesagt haben, sonst hört alles Miteinander-Reden auf. Wir können nicht B sagen, damit der andere A versteht, sondern wir müssen darauf vertrauen, daß unser A vom anderen auch als A verstanden wird. Diese Annahme ist die Grundvoraussetzung jeder Kommunikation, sonst könnten wir nur verzweifelt schweigen. Wir müssen aber miteinander reden und uns verständigen, wenn wir Menschen bleiben wollen.

Aber damit ist das Problem der Wahrheit des Wortes gegeben. Wir müssen jedem unserer eigenen Worte mißtrauen und dennoch sprechen, und wir müssen jedes Wort, daß wir aufnehmen, genau daraufhin hinterfragen, was denn damit gemeint sei, und dürfen dennoch nicht aufhören, zuzuhören. Damit stellt sich das Problem der Verständlichkeit und des Verstehens. Das, was wir sagen wollen, wird vom anderen nur in der Weise verstanden, wie es durch sein Vorverständnis gefiltert und umgeprägt wird. Das ist ein schwieriges Problem schon ihm eigenen Haushalt und in der Familie, ein Problem in der eigenen Stadt, im eigenen Kulturkreis und wird erst recht zum Problem auf weltweiter Ebene.

Je mehr die technische Zivilisation unsere Erde zu einer Welt macht, je dichter die Kommunikationsnetze werden, desto deutlicher erleben wir die geistige Differenziertheit der Menschheit und die Vielfalt ihrer historischen, kulturellen und religiös bedingten Vorprägungen, die eine naiv-direkte Verständigung ausschließen. Ohne daß wir voneinander diese Vorprägungen und Vorverständnisse lernen, können wir uns nicht verstehen.

INKULTURATION

Dieser ganze Problemkreis wird vor allem unter dem Titel „Inkulturation“ diskutiert, und er hat auch seine Ambivalenzen. Wie offen man sich auch zu dieser „Inkulturation“ bekennen mag, so bleiben doch Grenzen, bei deren Überschreitung die Identität verloren zu gehen droht. Ich verstehe nicht viel von den angeblichen sozialen Segnungen der Polygamie in Schwarzafrika, und will mich da nicht einmischen. Aber ich glaube, daß sich das Christentum z. B. nicht in eine Sklavenhaltergesellschaft „inkulturieren“ könnte, auch wenn es in dieser Gesellschaft sogar alle Sklaven als naturgegebene Ordnung ansähen, daß es Herren und Sklaven gibt. Ich könnte auch das Argument nicht akzeptieren, daß anders die soziale Ordnung zusammenbrechen würde und die freigelassenen Sklaven gewiß zuerst noch ärmer würden. Aber das sind extreme und ganz theoretische Grenzfälle der Inkulturation, die kein grundsätzliches Argument gegen sie darstellen. Ich meine auch gar nicht, daß die Kirche „Verständnis haben“ soll, etwa im Stil eines milden und onkelhaften Augenzudrückens; vielmehr muß die Kirche verstehen wollen, und sie muß ihre Botschaft verstehbar machen und verständlich verkünden. Das ist der wirkliche Sinn von Inkulturation und ihr unabweisbarer Anspruch.

PFINGSTWUNDER

Doch ich will nichts fordern, sondern nur Fragen stellen. Meine diesbezügliche Frage richtet sich nach der Interpretation des Pfingstwunders: haben da plötzlich alle, die den Aposteln zuhörten, alle die aus Phrygien und Bithynien, aus Kappadokien und der Provinz Asia usw., haben die alle plötzlich das Aramäische der Apostel verstanden? Oder war es nicht so, wie es in der Apostelgeschichte steht, daß nämlich jeder von den Pilgern aus aller Welt sie in seiner eigenen Sprache reden hörte? Auf die heutige Weltkirche und ihre zentralistischen Tendenzen übertragen, lautet die Frage: Erwartet man sich in Rom als neues Pfingstwunder, daß plötzlich alle „römisch“ verstehen? Wäre es nicht biblischer, auf das Pfingstwunder zu hoffen, daß alle Rom in ihrer eigenen Sprache reden hören und somit eine ihnen verständliche Botschaft empfangen?

Ich stelle diese Frage auch im Namen vieler österreichischer Katholiken, denen aber bewußt ist, daß das Problem der Verstehbarkeit und Vernehmbarkeit der Botschaft auf weltweiter Ebene weitaus gravierender ist als bei uns.

„SYMPATHIE“-MANGEL DER KIRCHE

Wir müssen aber nicht nur Anfragen an Rom stellen, sondern auch an uns selbst. Auch bei uns stellt sich das Problem der Verstehbarkeit und Vernehmbar-

selbst. Auch bei uns stellt sich das Problem der Verstehbarkeit und Vernehmbarkeit der Botschaft, zwar nicht im Sinne der Inkulturation, sondern im Sinn der Lebensnähe, im Sinne der Zeitgenossenschaft, im Sinn der Sympathie, d. h. des wahren Mitleidens und Mitfühlens mit den Menschen in ihrer alltäglichen Erfahrung. Viele Menschen bei uns wären hungrig nach einem Wort, das sie in ihrer Erstarrung erschüttert, aber sie hören niemand in ihrer Sprache reden, sondern nur in einer Sprache, die sie nicht mehr verstehen, die an ihrem Ohr vorbeigeht und noch weniger in ihr Herz vorzudringen vermag. Sie wollen keine Beschwichtigungen und Beschönigungen, keine Rechthabereien und auch keine Preisnachlässe, sondern sie wollen ein Wort der Wahrheit, das frei macht, ein Wort, das wieder zur Menschwerdung verhilft und den Geist entzündet. Ich möchte hierzu ein paar Verse von Goethe zitieren, aus seiner „Harzreise im Winter“, die Brahms in der „Alt-Rhapsodie“ vertont hat, sie lauten:

„Ist auf deinem Psalter,
Vater der Liebe, ein Ton
seinem Ohre vernehmlich,
so erquicke sein Herz.“

Vielleicht sollten wir öfter mit Goethe um diesen einen vernehmlichen Ton bitten, statt auf allen möglichen Instrumenten ständig Lärm zu erzeugen.

KOMMUNIKATION UND SOZIALETHIK

Aus dem allzu eindimensionalen linearen Kommunikationsmodell, das ich vorhin beschrieben habe – also hier Sender und dort Empfänger –, leitet sich noch eine dritte Fehlhaltung ab, die heute vielleicht die gravierendste und entscheidendste ist; sie liegt auf dem Gebiet der Politik und der sozialen Ethik und stellt Fragen nach der Legitimation. Hier zeigt sich nun nicht die technische, sondern die moralische Unzulänglichkeit dieses Kommunikationsmusters. Ich werde das gleich näher erklären.

Die Haltung „Ich sende und du empfängst, und wenn ich A sage, hast du auch A zu verstehen“ ist nicht nur kommunikationstheoretisch falsch, sie ist auch unter dem Gesichtspunkt einer Ethik der Mitmenschlichkeit nicht haltbar. Denn im Grunde findet so nicht Kommunikation statt, sondern nur Indoktrination. Kommunikation basiert nämlich auf der Grundhaltung, daß jeder die Freiheit des anderen voraussetzt, daß jeder beim anderen Vernunft voraussetzt und ihn in seinem Anderssein vollkommen anerkennt. Erst das stellt jene Gleichheit und Ebenbürtigkeit oder Brüderlichkeit her, auf deren Basis mitmenschliche Kommunikation überhaupt erst stattfinden kann. Kommunikation – zu deutsch: Herstellung der Gemeinsamkeit – findet nicht dann statt, wenn einer linear zum anderen hin sendet und der andere bestenfalls Zustimmung oder Abweisung zurücksendet. Kommunikation findet vielmehr erst dann statt, wenn man sich von vornherein über die bestehende Voraussetzung dieser Gemeinsamkeit, Gegenseitigkeit und Rückbezüglichkeit stillschweigend geeinigt hat. Weil du im Grunde meinesgleichen bist, deshalb können wir miteinander in ein gegenseitiges Gespräch eintreten; weil ich bereit bin, dich verstehen zu wollen, kann ich dir zumuten, mich anzuhören und verstehen zu wollen. Das ist, mit einfachen Worten, die sozialetische Grundvoraussetzung von Kommunikation.

Diese Voraussetzung für persönliche, zwischenmenschliche Kommunikation gilt auch für die Kommunikation im öffentlichen Raum, sie gilt also für alle Institutionen, die sich an der gesellschaftlichen Auseinandersetzung beteiligen. Dabei gilt sie hier nicht nur, sondern wird gerade hier besonders sensibel eingefordert, und zwar vor allem von jenen Institutionen, die moralische Ansprüche vertreten. Die Kirche muß sich fragen lassen, ob sie diese grundlegende sozialetische Voraussetzung von Kommunikation überhaupt schon verstanden hat, und auch willens ist, sich nicht darüber hinwegzusetzen. Sie kann mit der Gesellschaft und mit den Menschen nur dann in Kommunikation treten, wenn sie signalisiert, sie als freie, vernünftige und gleichberechtigte Gesprächspartner anzuerkennen, deren Antworten auch ernst genommen werden.

DEMOKRATISCHE ÖFFENTLICHKEIT

Kommunikation in der Öffentlichkeit, zumal in einer demokratischen und überdies äußerst pluralistischen Öffentlichkeit, verläuft nicht nach dem linearen Sender-Empfänger-Modell. Auf dem Marktplatz der Meinungen, im Stimmengewirr des öffentlichen Forums gibt es keine Rednerliste und keine Worterteilung. Wer nicht selbst das Wort ergreift und sich Zuhörer verschafft, wird eben nicht gehört; wer redet, obwohl er nichts zu sagen hat, wird bald alleingelassen. Wer sich nicht verständlich machen kann, wird übergangen.

Es ist nicht so, wie gern unterstellt wird, daß nur die lautesten Stimmen gehört werden; das ist nicht wahr. Bloße Marktschreierei läuft sich schon nach kurzem zu Tode und die Leute finden bald heraus, wo etwas Wichtiges zu erfahren ist; sie suchen ja etwas, was sie brauchen können, was ihnen abgeht, und was ihr Leben bereichert. Wenn man sich auf diesen Meinungsmarkt der demokratischen Öffentlichkeit begibt, ist es wichtig, zu wissen, daß man sich nicht auf eine Legitimation von außen berufen darf. Sie würde nicht anerkannt. Die Legitimation dessen, der etwas sagen will, wird von den Zuhörern zuerkannt und richtet sich danach, was einer zu sagen hat und wie er es sagt: wenn er es doktrinär von oben herab sagt, wird er abgelehnt, wenn er kommunikativ-gemeinschaftsstiftend spricht, wird man ihm zuhören.

Wenn die Kirche sich also in die demokratische Öffentlichkeit begibt, muß sie sich fragen lassen, ob sie überhaupt mit allen Konsequenzen akzeptiert, daß diese Öffentlichkeit eben demokratisch und pluralistisch ist. Privilegien werden hier nicht geduldet; von höheren Instanzen abgeleitete Legitimationen werden nicht anerkannt. Legitimieren muß man sich einzig und allein durch seine Fähigkeit zu wirklicher Kommunikation. Und Kommunikation läuft nun einmal nicht linear von einem Ausgangspunkt zu einem Endpunkt, sondern sie verläuft vielschichtig, setzt Vorverständnisse voraus; und sie verläuft vor allem auch gegenseitig. Jede Institution, die nur einen Mund hat, aber keine Ohren, hört nichts und wird auch nicht angehört. Wobei ich in diesem Punkt nicht mißverstanden werden möchte: ich meine nicht, daß die Kirche nur überall herumhört und dann das sagen sollte, was sie so hört. Da kommt dann meistens nur eine besorgte und betuliche Verständnisinnigkeit heraus, auf die niemand angewiesen ist – statt jener befreienden Hoffnung, die alles Bestehende radikal relativiert, seine Banalität entlarvt, und den zugemauerten Horizont blo-

ßer Innerweltlichkeit wieder aufreißt. Die Menschen warten nicht auf Scheintröstungen, die ihnen helfen, sich mit allen Endlichkeiten unseres Lebens abzufinden. Solche Scheintröstungen sind überall zu haben. Sie warten auf ein Wort der Hoffnung, auf eine Verheißung, die sich nicht im bestehenden Rahmen des schon Bekannten erfüllen kann, sondern die eine neue Qualität, eine neue Zukunft, einen neuen Lebenshorizont aufzeigt. Gerade diese Hoffnung sollte die Kirche nicht nur innerhalb ihrer Mauern, sondern in der gesellschaftlichen Öffentlichkeit aussprechen – in Konkurrenz zu allen politischen Versprechungen; in Konkurrenz zu allen Glücksbringern ökonomischer, psychologischer, medizinischer und astrologischer Natur; in Konkurrenz auch mit allen Unheilsverkündern, die immer Konjunktur haben.

Hier, in diesem öffentlichen Raum, geht es nicht um „Ministrantinnen – ja oder nein?“ oder um ähnlich obsolet gewordene innerkirchliche Reibungspunkte. Hier geht es darum, die Sehnsucht, die Hoffnung des Menschen auf ein unverfügbares Reich des Friedens und der Gerechtigkeit wachzuhalten, und sie nicht resigniert fallen zu lassen und bestenfalls durch psychosozialen Komfort und Scheintröstungen zu ersetzen. Ich meine, daß durchaus in diesem Stimmengewirr der pluralistischen Öffentlichkeit der geeignete und vorgegebene Ort ist, an dem die Kirche „den Armen eine frohe Botschaft“ zu verkünden hat. Dieser öffentliche Raum, der heute weltweite Dimensionen hat, ist ein medial hergestellter öffentlicher Raum. Wenn man in dieser Öffentlichkeit und mit dieser Öffentlichkeit in Kommunikation treten will, muß man sich der Medien bedienen. Man muß und kann sich aber der Medien nicht nur bedienen, sondern die Medien sind vom Instrument der Kommunikation selbst zum Kommunikations-Partner geworden. Das muß man erkennen und danach handeln.

Das alles wirft eine Fülle von praktischen Problemen auf: es geht um den Besitz oder den Zugang zu Medien; es geht darum, sich in den Medien adäquat zu artikulieren; es geht darum, die kommunikationstechnische Eigenart dieser medialen Öffentlichkeit zu begreifen, usw. Es dreht sich aber keineswegs allein um Verfügungsmacht, um finanzielle Mittel und um technische Kompetenz, sondern um viel mehr. Es geht darum, das Wesen dieses Weltzeitalters der globalen medialen Vernetzung als den neuen Topos und neuen Kairos der Heilungsvermittlung zu begreifen. Es dreht sich also darum, nicht nur die neuen technischen Mittel beherrschen zu wollen, sondern die global vernetzte Welt auch als völlig neues *Bewährungsfeld* zu erkennen, auf dem wir neue mitmenschliche Qualitäten entwickeln müssen, um die Botschaft vernehmbar zu machen und sie selbst auf neue Weise verstehen zu lernen. Denn auch diese neue Welt bedarf der Hoffnung auf Versöhnung und Erlösung. Sie fragt danach und wartet darauf.

Darüber weiter nachzudenken, bleibt nicht nur Ihre, sondern unser aller Aufgabe; sie ist mit dem Schluß dieses Kongresses bestimmt noch nicht zu Ende.

SUMMARY

The author points out the importance of the Church as one of the great public medias for communication. Each week the Church communicates in Sunday masses with one tenth or one fifth of its members. Nevertheless, the Church faces great difficulties in transmitting its Good News because of the negative image which in the media conceals its true message. The actual shortage of empathy of the Church within modern pluralistic society could only be compensated by spreading its message not in the sense of a simple stimulus-response model. This would not be real communication but indoctrination. The Church must operate on the public market of free meanings in a democratic society. In a pluralistic community the Church must recognise all people as free persons with common sense and of equal rights. Their answers must be taken for serious. So, the church faces the task of accepting the existence of a democratic pluralistic society and making clear in public its message of a liberating hope for mankind.

RÉSUMÉ

L'auteur met tout d'abord l'accent sur l'importance de l'Eglise en tant que l'un des grands moyens de communication publics. En effet, chaque semaine, dans ses assemblées dominicales, l'Eglise touche dans beaucoup de petites localités un dixième ou un cinquième de tous ses membres et sympathisants. Malgré cela, l'Eglise a des grandes difficultés à transmettre son message, car son apparence extérieure dans les médias supplante souvent son message proprement dit. Le véritable „manque de sympathie“ dont souffre l'Eglise dans les sociétés pluralistes modernes ne peut être compensé que si l'Eglise accepte de ne pas exposer son message dans l'esprit d'un simple modèle de „stimulus-response“. En effet, il ne s'agit pas là de communication, mais seulement d'endoctrinement. Bien au contraire, l'Eglise doit se rendre sur le marché des opinions d'un public démocratique. Ce faisant, elle doit, dans une société pluraliste, reconnaître les autres comme des êtres libres, doués de raison et égaux en droit, et aussi prendre leurs réponses au sérieux. L'Eglise se trouve confrontée à la tâche d'accepter l'existence d'une société démocratique et pluraliste et, dans cet espace public, d'apporter assez clairement la discussion sur son espérance libératrice.

RESUMEN

El autor destaca primeramente la importancia de la Iglesia como un gran medio de comunicación. La Iglesia llega todas las semanas en sus encuentros dominicales a una décima parte o a un quinto de sus miembros o interesados. No obstante, tiene grandes dificultades para su mensaje llegue realmente debido a que su apariencia exterior en los medios de comunicación se impone en primera instancia a su verdadero mensaje. La „carencia de simpatía“ de la Iglesia en la sociedad pluralista moderna puede ser equilibrada si la Iglesia quiere transmitir su mensaje no en el sentido de un simple modelo estímulo-respuesta. De esta última forma no realiza una comunicación sino sólo una indoctrinación. La Iglesia debe dirigirse al mercado de opiniones de la opinión pública democrática. Ahí tiene que reconocer a los otros seres humanos como seres libres, racionales iguales en sus derechos y tomar en serio sus respuestas. La Iglesia se encuentra ante la tarea de aceptar la existencia de una sociedad democrática, pluralista y de transmitir claramente su esperanza liberadora en este espacio público.